

Esportare la Dolce Vita 2014 il bello e ben fatto italiano nei nuovi mercati

alessandra lanza

Esportare la Dolce Vita | il progetto

cos'è Esportare la Dolce Vita

lo studio analizza attraverso una previsione a medio termine sulle importazioni le prospettive dei beni del Bello e Ben Fatto (BBF) nei mercati emergenti a maggior potenziale

cos'è BBF?

nel BBF entrano i prodotti finiti di Alimentare, Arredamento, Abbigliamento e tessile casa, Calzature, Occhialeria, Oreficeria e gioielleria che soddisfano due condizioni:

- i valori medi unitari italiani (miglior proxy dei prezzi esteri) dei relativi codici HS6 sono superiori alla media dei concorrenti internazionali
- i prodotti sono riconosciuti ad alta qualità dalle relative Associazioni di categoria nell'edizione 2014 sono selezionati 515 codici prodotto HS6

chi sono i Nuovi Mercati?

fra i paesi emergenti (così come definiti da FMI) sono selezionati mercati meglio posizionati in termini di: dimensione assoluta del ceto medio nel 2030, prospettive a breve di crescita del PIL, rilevanza del paese per l'export italiano



EDV 2014| o ritorno al futuro?

- il nuovo rapporto nasce in un quadro degli emergenti differente rispetto al passato prossimo, ma non dissimile dal passato remoto
- dalla seconda metà del 2014 volatilità dei cambi e rischi geopolitici caratterizzano lo scenario di molti dei nuovi mercati analizzati



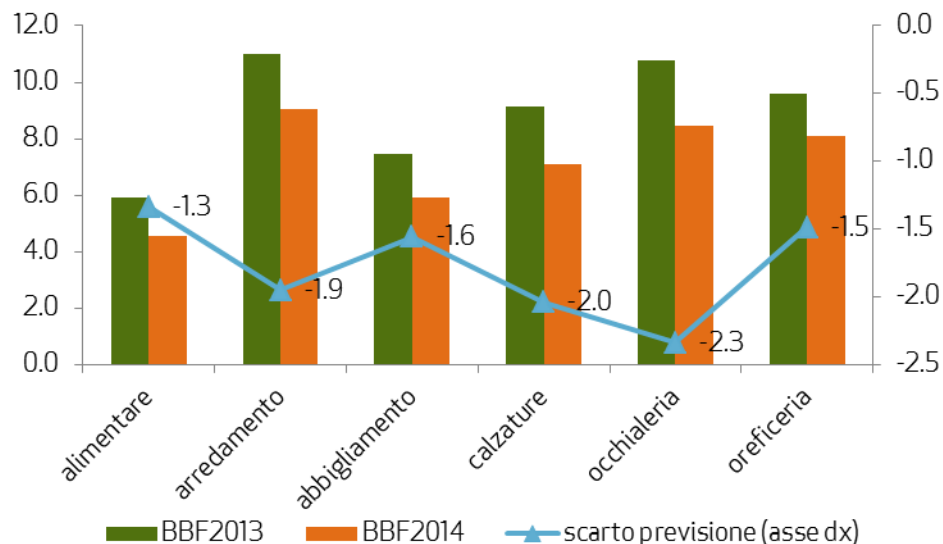
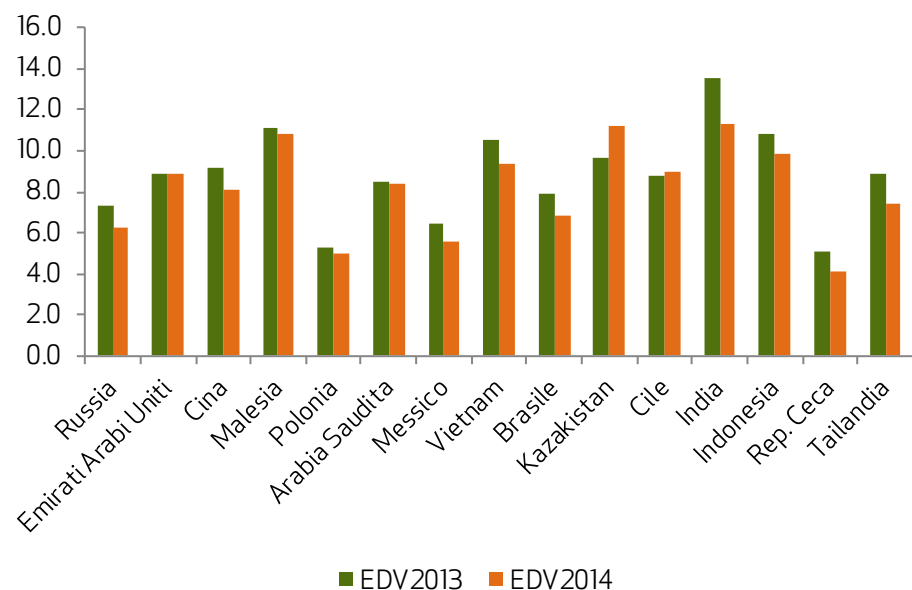
A screenshot of the Wall Street Journal Europe website. The main headline is 'Turkey Seeks to Avert Financial Crisis' with a sub-headline 'Central Bank Calls Emergency Meeting for Tuesday'. Other visible headlines include 'Currencies' and 'Editorial: A second cold war threatens Europe'. The page layout includes a navigation bar, a 'TOP STORIES IN EUROPE' section, and various news snippets.



EDV 2014 | prospettive più caute e soprattutto più disperse

- il confronto nell'orizzonte 2013-2018 (anni comuni fra le due edizioni) mostra un rallentamento della crescita media attesa nei nuovi mercati (circa 2 punti percentuali a prezzi costanti).
- le revisioni sono più evidenti su alcuni grandi mercati (Russia, Cina, Brasile, India), ma esistono spunti al rialzo (Kazakistan). Aumenta la dispersione, un monito per approcci selettivi ai mercati.

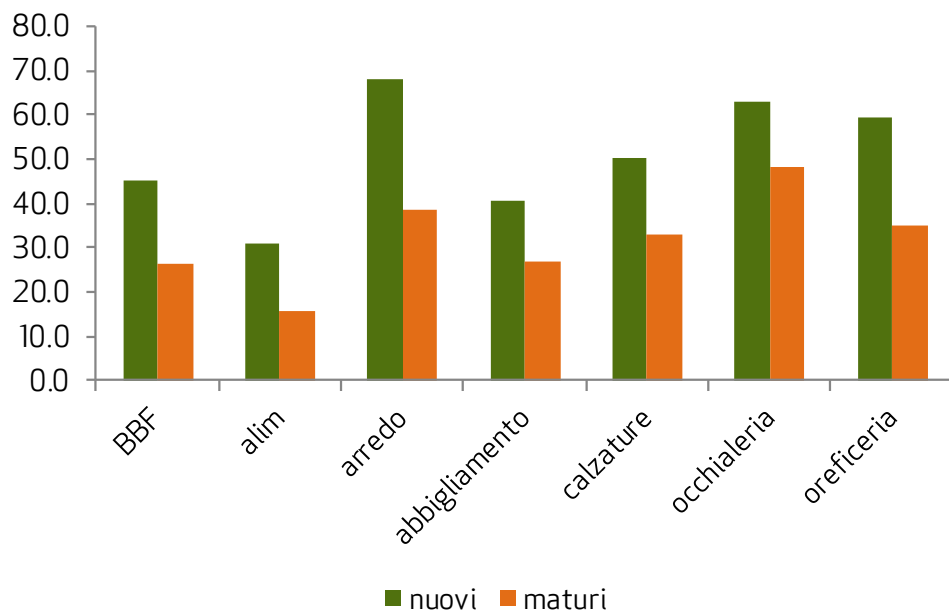
importazioni beni BBF variazione media annua 2013-'2018: nuovi mercati



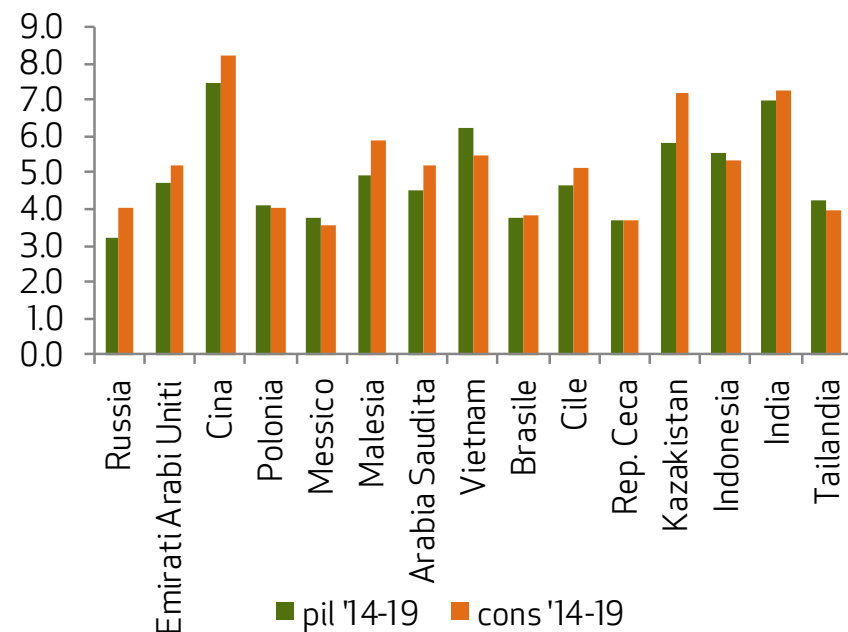
EDV 2014| rimangono i temi strutturali alla base del rapporto

- i nuovi mercati del BBF rappresentano non solo una mappa delle opportunità a breve termine, ma riflettono tendenze alimentate da driver strutturali (ceto medio, urbanizzazione, catching up, emancipazione femminile, cambiamenti nei modelli di sviluppo).
- nei prossimi sei anni le importazioni dei nuovi mercati cresceranno di quasi 20 punti più dei mercati maturi, fra i primi 15 nuovi mercati la crescita dei consumi supera il PIL in almeno 10 casi.

variazione percentuale delle importazioni BBF per settore nel periodo 2013-2019, confronto mercati



variazione percentuale PIL e consumi nel periodo 2013-2019, primi 15 nuovi mercati



EDV 2014 | ...e aumentano gli approfondimenti

Previsioni al 2019

nella tradizionale analisi dei nuovi mercati sono stimate le importazioni di BBF dei 30 paesi analizzati: **212 miliardi nel 2019**, più di quanto valgono oggi insieme Stati Uniti e Giappone (i principali mercati extra Europei del BBF). A parità di quota queste opportunità valgono per l'Italia **16.6 miliardi** di nuove esportazioni

Accessibilità

distribuzione, logistica, doing business, dazi e barriere non tariffarie condizionano l'accessibilità ai nuovi mercati. Attraverso questa lente emerge un quadro piuttosto eterogeneo: chiusura di grandi mercati (Brasile, Russia e Cina), ma anche nuove possibili destinazioni con operatività favorevole (Emirati Arabi, Malesia, Cile fra questi)

Cultura

secondo un modello a cerchi concentrici, il patrimonio artistico contribuisce alla competitività del BBF. Esiste un **circolo virtuoso fra cultura e produzioni creative**. Qui l'Italia primeggia rispetto ai principali concorrenti internazionali

Focus Russia

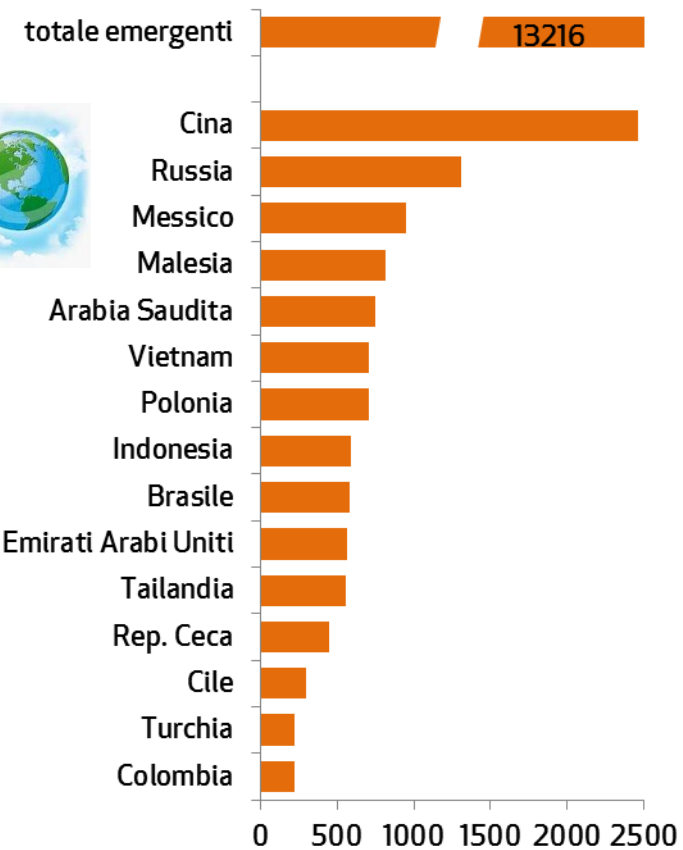
un mercato segnato da contraddizioni, ma che offrirà spazi di opportunità, soprattutto nelle grandi realtà urbane. Lo studio individua **9 aree ad alto potenziale** e analizza due veicoli fondamentali (**produzione audiovisiva e turismo**)

Strategie

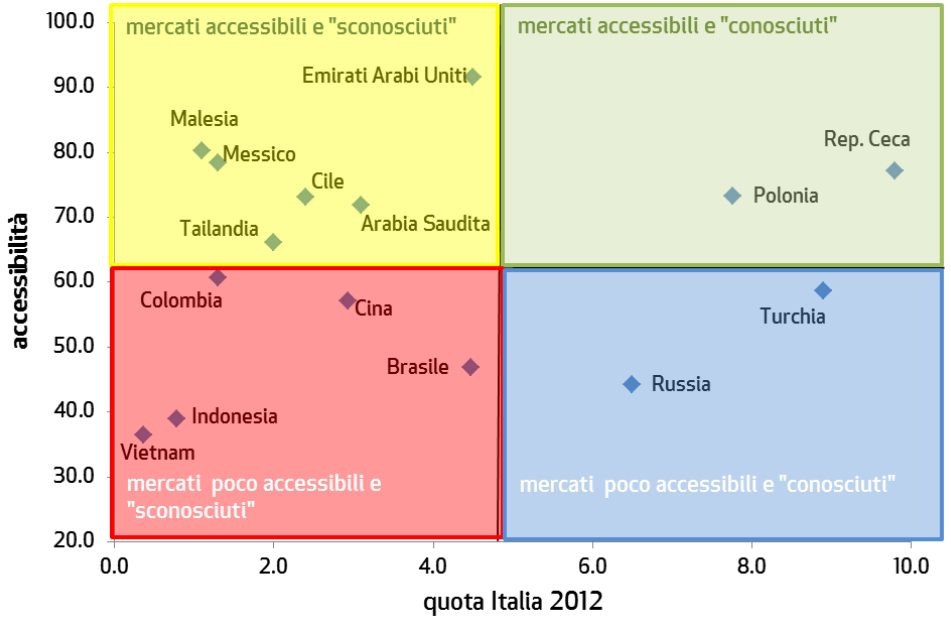
attraverso un'analisi dei risultati del **Nono Censimento**, l'Istat descrive le strategie delle imprese del BBF, che rispetto alla media investono maggiormente in **innovazione** e nelle leve competitive legate alla **qualità** dei prodotti

alimentare | opportunità condizionate da distanza e barriere non tariffarie

crescita importazioni dal mondo nel 2019 | mil. di euro a prezzi costanti



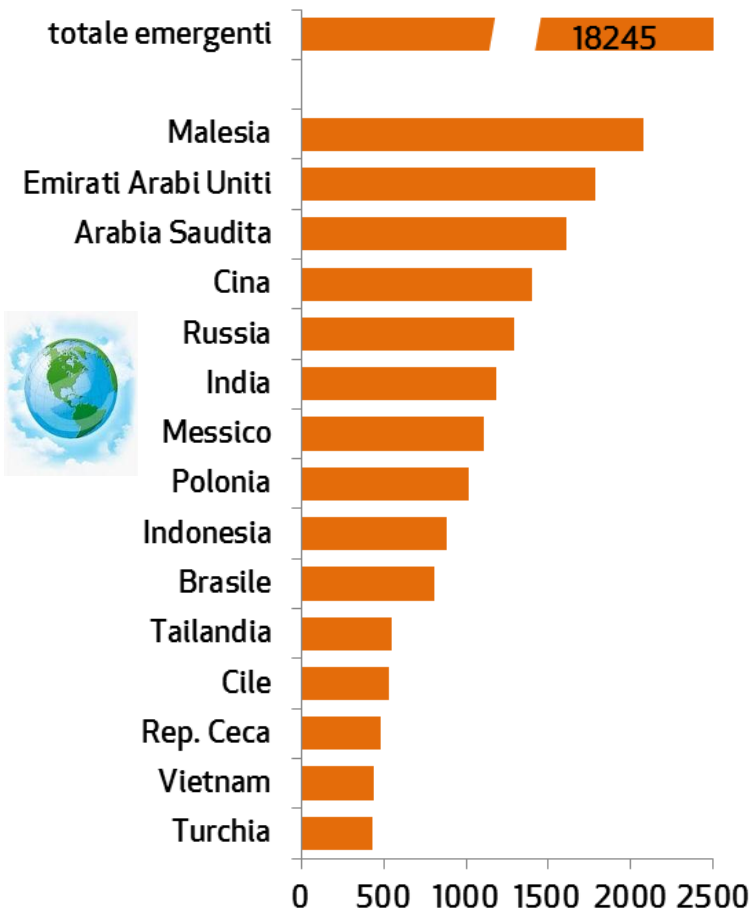
posizionamento dell'Italia | accessibilità e quota italiana



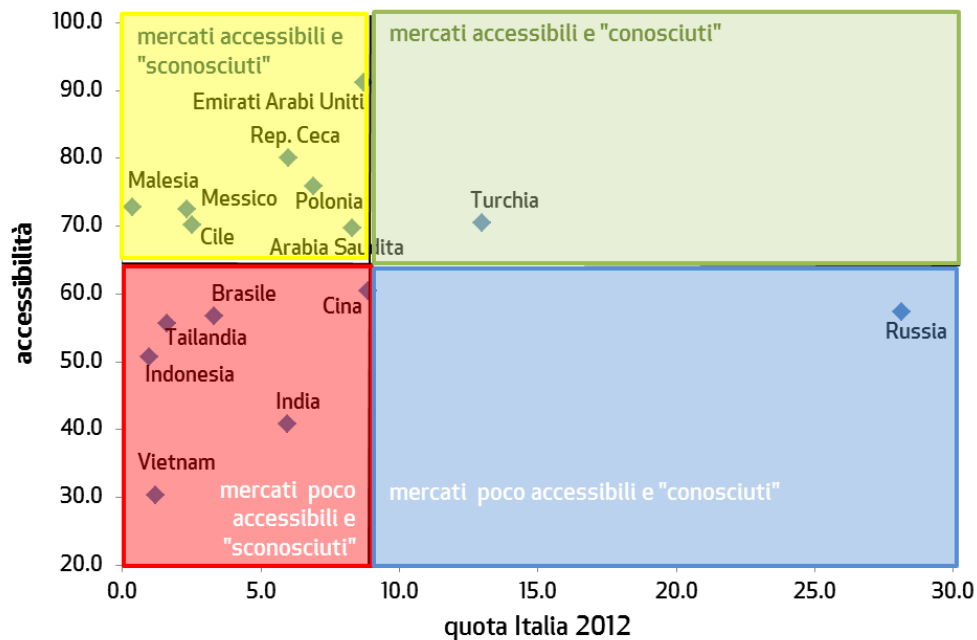
- Cina e Russia rimangono i mercati a maggior crescita
- distanza e differenze culturali penalizzano la quota italiana anche i mercati molto accessibili

arredamento | Asia e Medio Oriente in crescita, pesano le carenze sul fronte distributivo

crescita importazioni dal mondo nel 2019 | mil. di euro a prezzi costanti



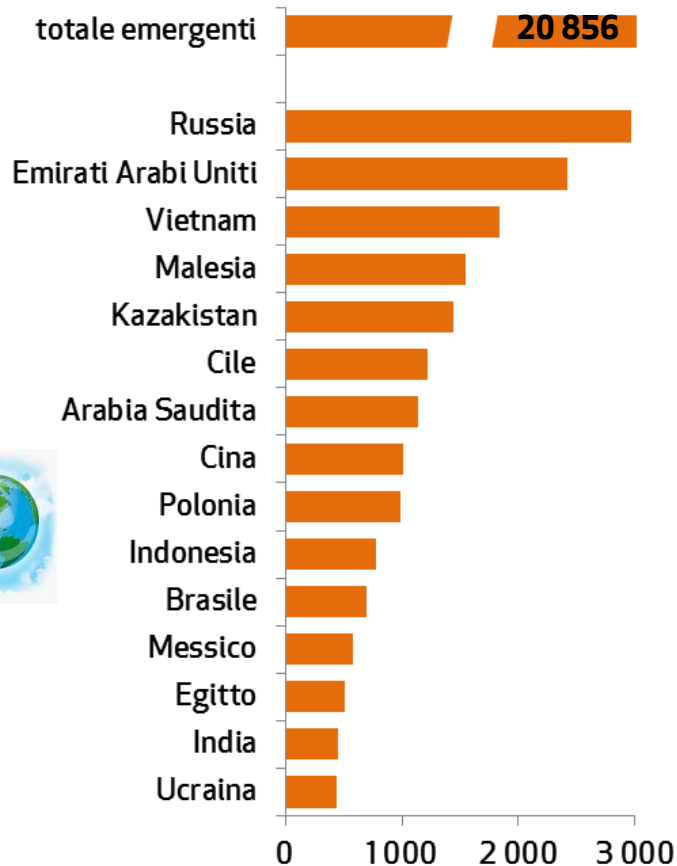
posizionamento dell'Italia | accessibilità e quota italiana



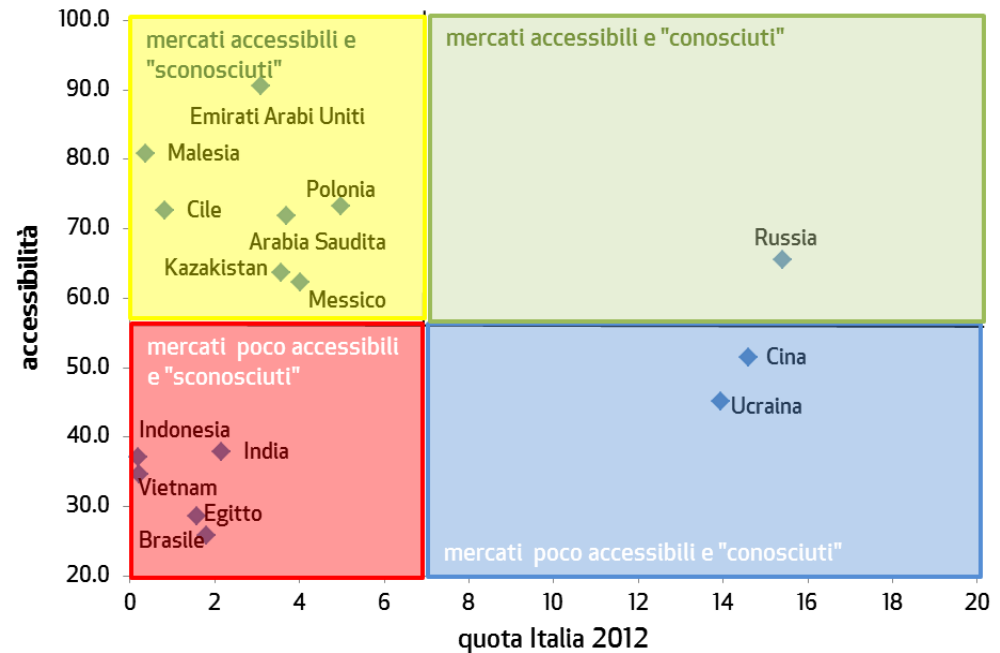
- crescita sostenuta in Malesia, Emirati Arabi e Arabia Saudita. Qui la quota italiana è ancora inferiore alla media
- buone le performance delle imprese italiane in Russia, anche se le sempre più frequenti barriere artificiali agli scambi rischiano di condizionare il potenziale del mercato.

abbigliamento | in Russia e Cina i livelli di quota più alti per l'Italia

crescita importazioni dal mondo nel 2019 | mil. di euro a prezzi costanti



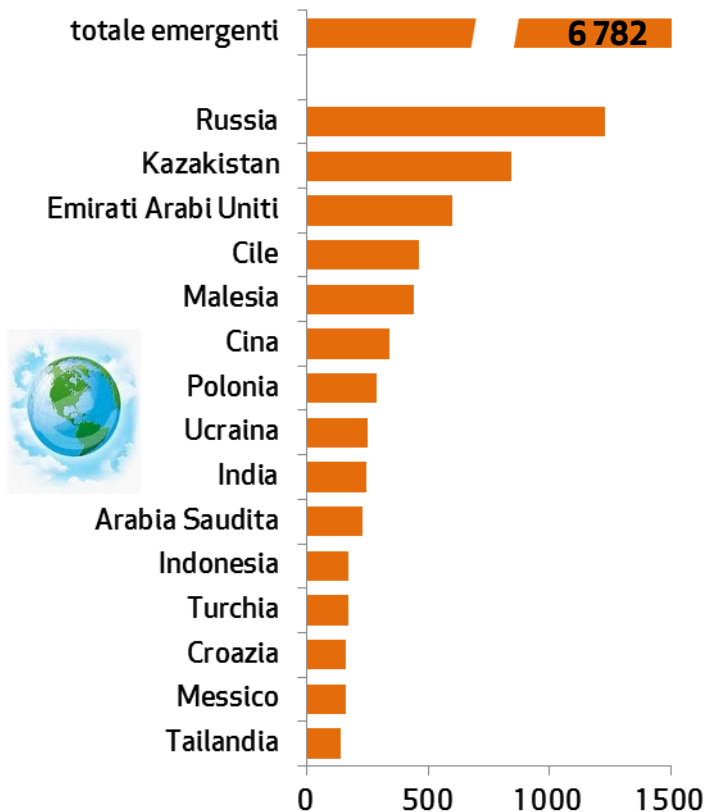
posizionamento dell'Italia | accessibilità e quota italiana



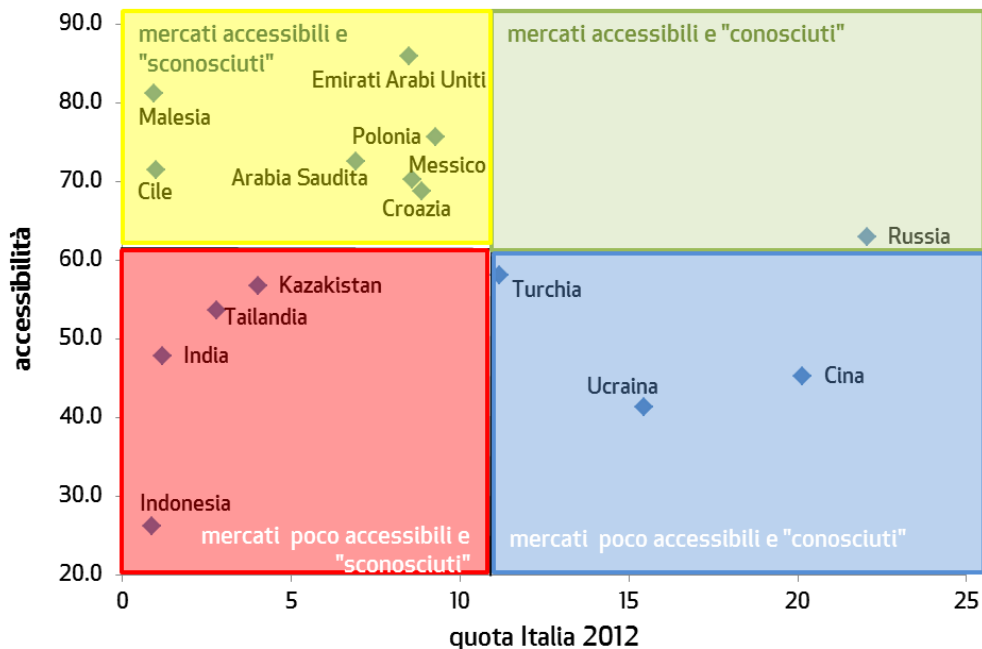
- Russia ed Emirati Arabi alimenteranno oltre ¼ della crescita prevista
- nonostante le molte difficoltà sul fronte dell'accesso al mercato (pesa la forte concorrenza sui canali distributivi moderni), il successo del made in Italy in Cina offre segnali di ottimismo con cui leggere lo scenario

calzature | Russia ed Emirati fra le conferme, Kazakistan e Malesia fra le promesse

crescita importazioni dal mondo nel 2019 | mil. di euro a prezzi costanti



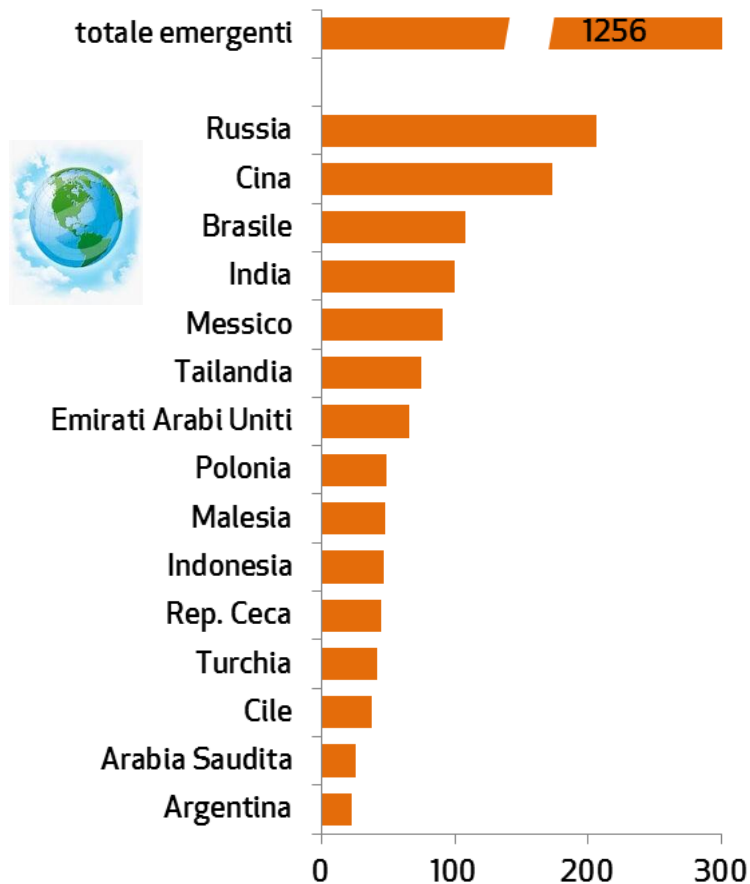
posizionamento dell'Italia | accessibilità e quota italiana



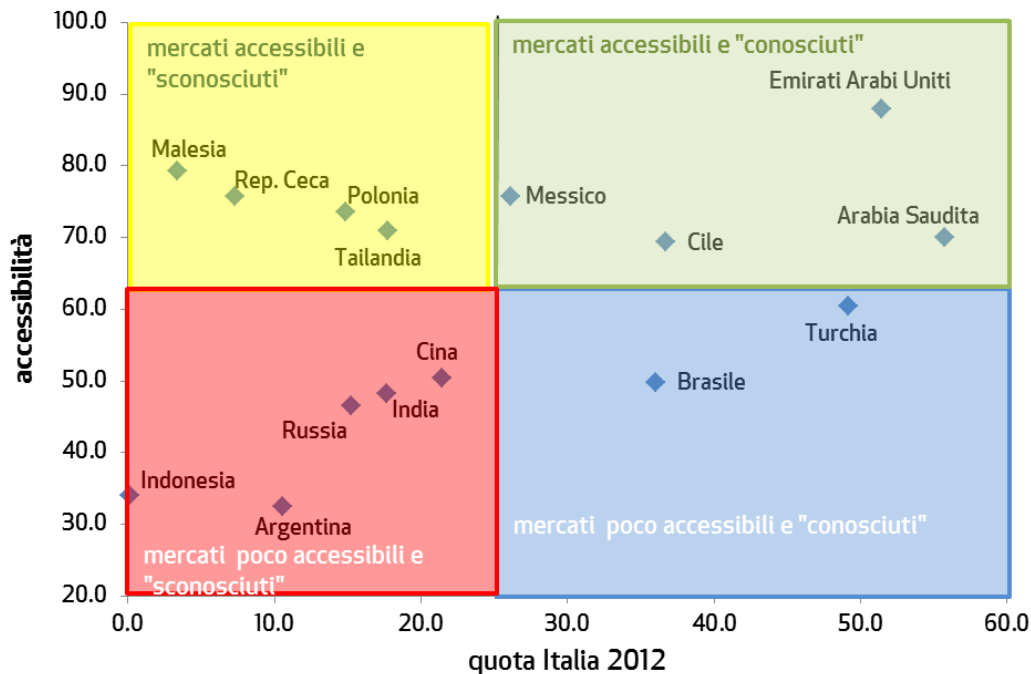
- Russia e Kazakistan alimenteranno oltre il 30% della crescita prevista
- sul fronte dell'accessibilità, l'Italia ha saputo guadagnare posizioni anche su mercati complessi (Russia e Cina)

occhialeria | il Brasile fra le migliori opportunità, nonostante un accesso difficile al mercato

crescita importazioni dal mondo nel 2019 | mil. di euro a prezzi costanti



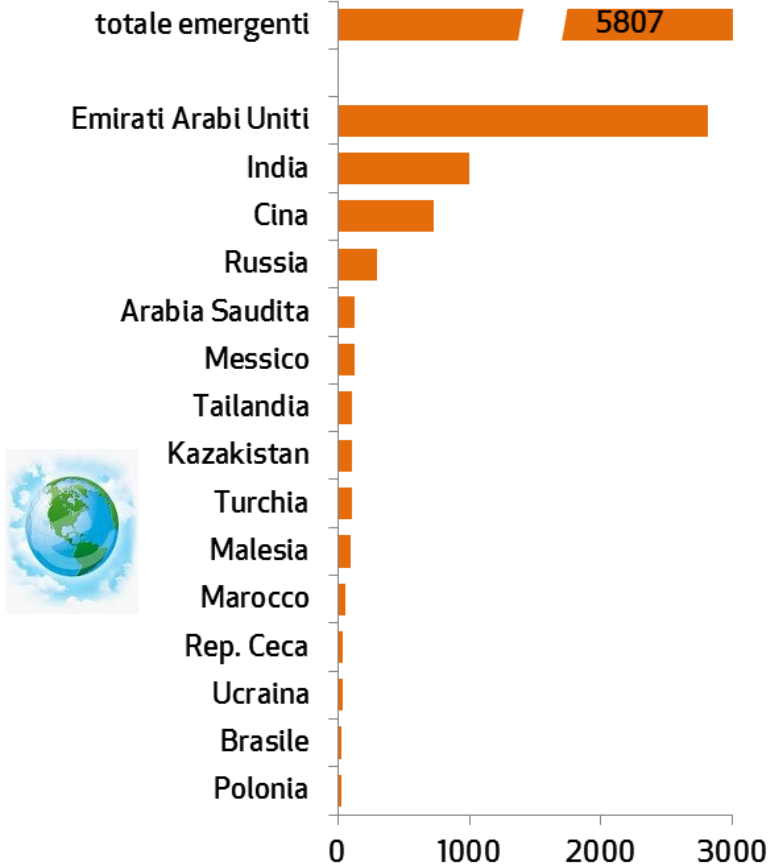
posizionamento dell'Italia | accessibilità e quota italiana



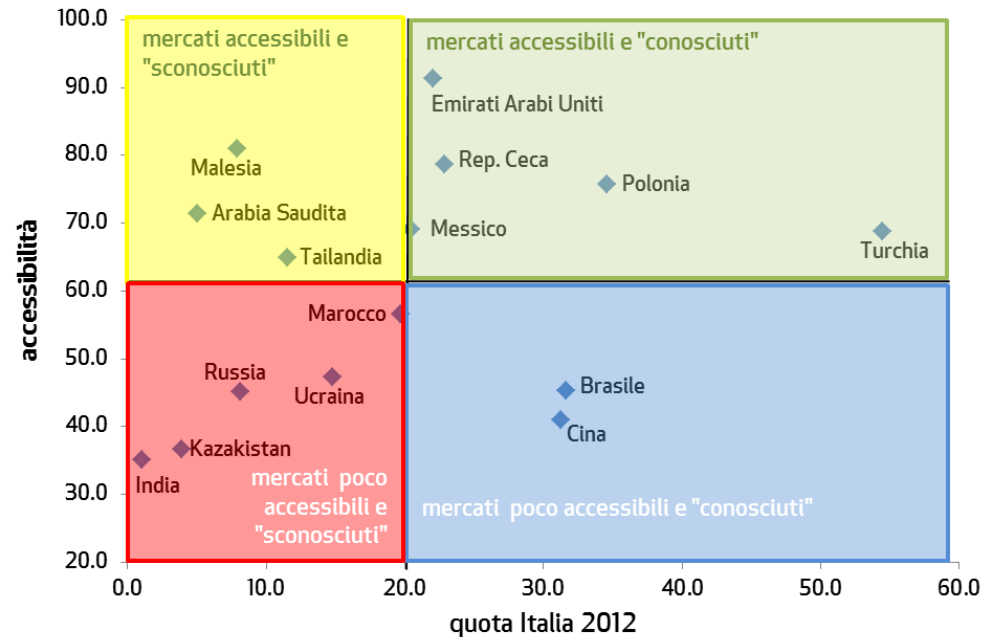
- oltre il 30% della crescita prevista arriverà da Russia e Cina
- le difficoltà di accessibilità del mercato brasiliano, spesso portano a triangolazioni commerciali da paesi limitrofi

oreficeria-gioielleria | l'hub di Dubai conferma la propria leadership, la Cina uno dei mercati più interessanti

crescita importazioni dal mondo nel 2019 | mil. di euro a prezzi costanti



posizionamento dell'Italia | accessibilità e quota italiana



- quasi il 50% della crescita arriverà dagli Emirati Arabi, buone performance delle imprese italiane in Brasile e Cina
- modelli differenziati nei nuovi mercati, da un lato ancora molto attenti alla purezza dei materiali, dall'altro sempre più sensibili alla componente moda del gioiello

accessibilità | la costruzione di un indicatore per il BBF italiano

indicatori

descrizione

modernizzazione sistema distributivo

considera il sistema distributivo attraverso una media di % vendite veicolate dai punti vendita moderni, % vendite on line, % presenza retailer internazionali

modernizzazione sistema logistico

valuta il grado di efficienza del sistema logistico (ad esempio tempi di consegna) e il livello di urbanizzazione raggiunto dal mercato

doing business

rielabora l'indice sintetico di World Bank che riassume alcuni elementi strategici per fare impresa in un paese (es. i tempi necessari per iniziare un'attività, registrare proprietà, ottenere credito, sistema fiscale,...)

indice sintetico di accessibilità 1-100

indicatori non settoriali

dazi

costruito partendo dai dazi per i singoli prodotti BBF (MFN di fonte WTO) pesati per il peso effettivo sull'import del paese. I dazi dei paesi europei sono azzerati in virtù del mercato unico per l'Italia.

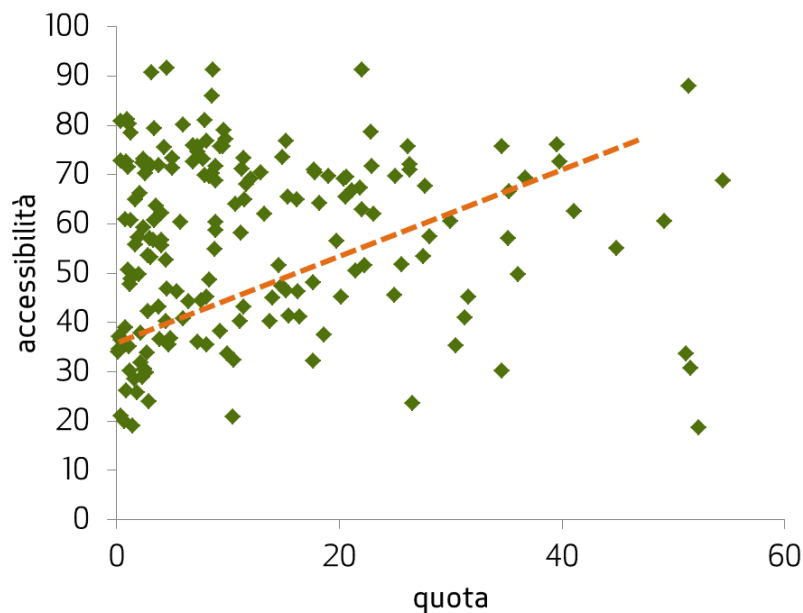
barriere non tariffarie

considera le barriere doganali non tariffarie per i singoli prodotti raccolti dal provider Global Trade Alert

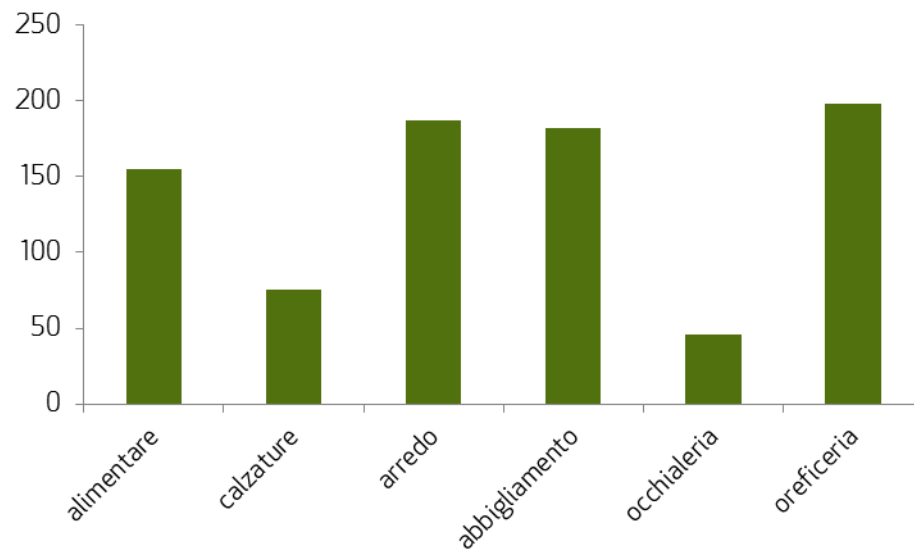
indicatori settoriali

accessibilità | una variabile strategica per le pmi italiane

accessibilità e quota di mercato dell'Italia | livelli e valori percentuali



guadagno per l'Italia rispetto allo scenario base al 2019 migliorando di 5 punti l'indice di accessibilità | milioni di euro aggiuntivi

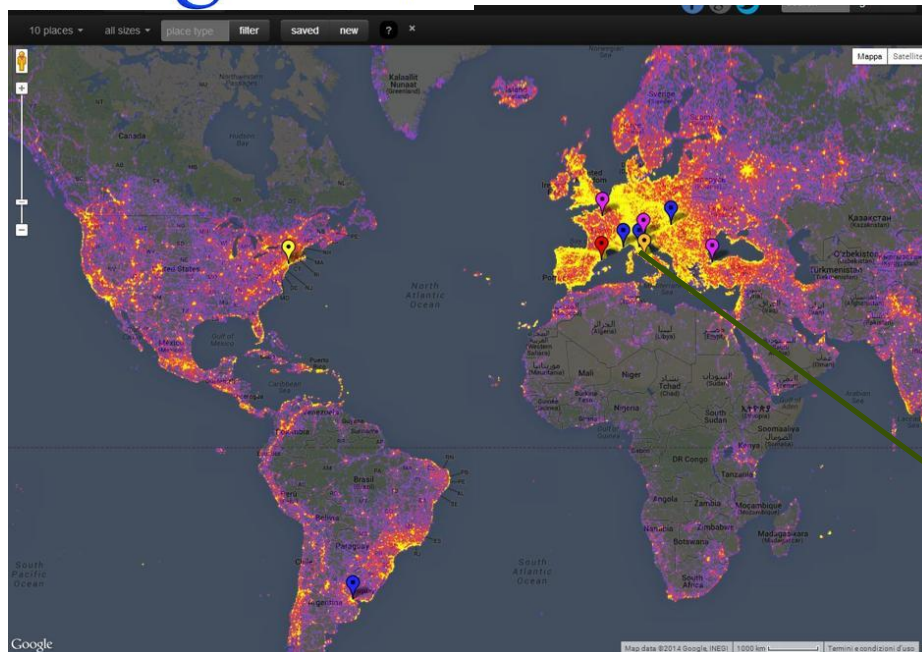


- c'è una relazione positiva fra quota e accessibilità. Gli ostacoli penalizzano quindi le PMI italiane più dei concorrenti
- secondo una simulazione econometrica che mette in relazione la quota italiana con l'accessibilità dei mercati (oltre che la distanza e il livello di ricchezza) un miglioramento dell'accessibilità media di 5 punti dei nuovi mercati, si tradurrebbe in maggiori importazioni per oltre 800 milioni

cultura | perché le radici sono importanti... (cit. La grande Bellezza)

l'Italia ha il record di siti culturali Unesco 45 su 749 nel mondo. La valorizzazione del patrimonio culturale italiano e il successo del BBF viaggiano insieme. La cultura italiana è, infatti, un veicolo fondamentale di diffusione

Google maps



2' *Trinità dei Monti, Roma*



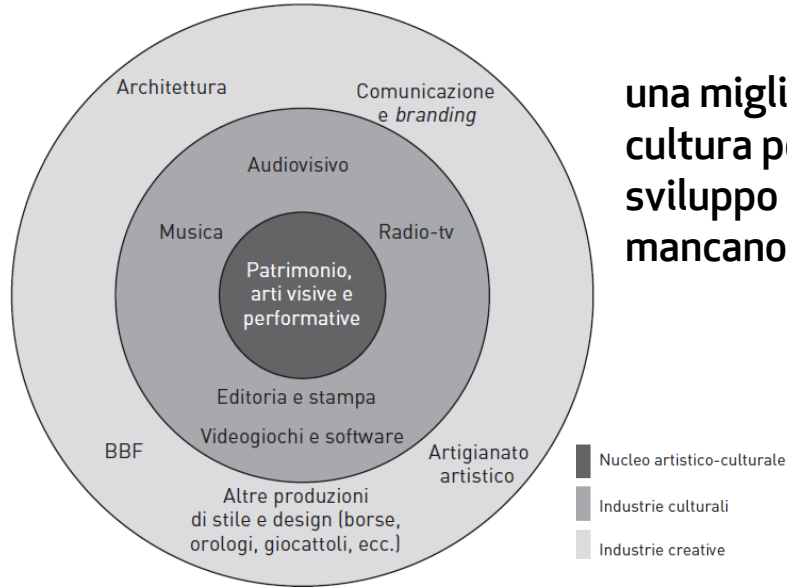
6' *Ponte Accademia, Venezia*



8' *Piazzale Michelangelo, Firenze*

secondo la classifica di google map sulle città più fotografate al mondo nel 2013, Roma è seconda dopo New York. Venezia e Firenze fra le prime 8. L'Italia è l'unico paese che compare tre volte nella graduatoria

cultura | la cultura un asset per il BBF (e viceversa...)



Versailles, Reggia 5 milioni di visite nel 2013



Caserta, Palazzo Reale 0.5 milioni di visite nel 2013



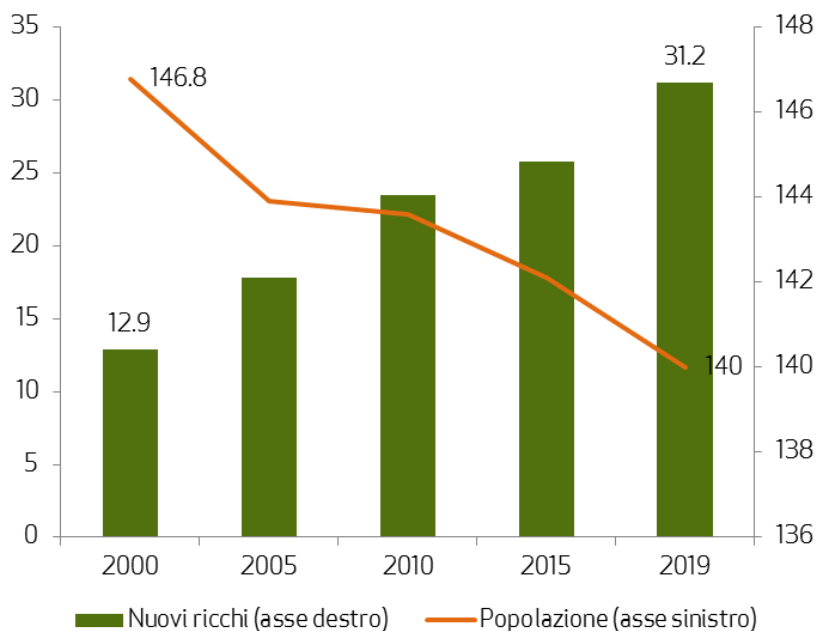
Italia specializzata in Cultura | vantaggi comparati rivelati*, 2011

	Nucleo ¹	Industrie culturali ²	Industrie creative ³	Industrie creative (solo BBF)	Totale cultura
Italia	0,6	0,9	2,3	2,4	2,2
Francia	1,8	1,2	1,4	1,4	1,4
Spagna	0,6	0,9	1,5	1,6	1,4
Regno Unito	6,5	2,4	1,0	1,0	1,2
Germania	0,7	1,7	0,8	0,8	0,9
Stati Uniti	3,0	1,6	0,4	0,4	0,5
Giappone	0,4	0,4	0,2	0,1	0,2

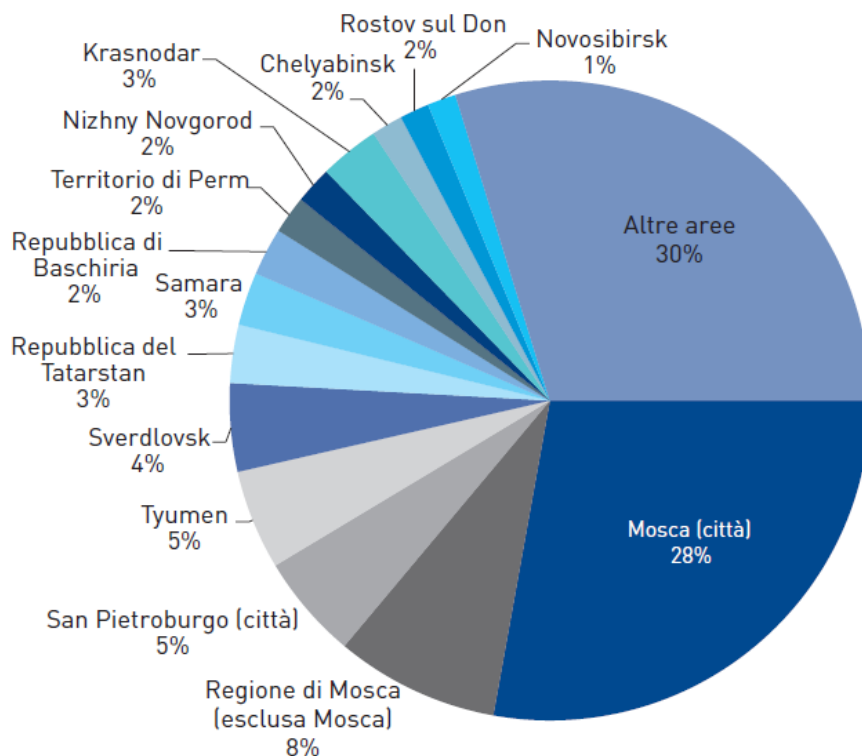
focus Russia | il mercato dei paradossi...

all'interno di numerosi vincoli macroeconomici, disparità e squilibri geografici la Russia è diventato un mercato fondamentale per il BBF italiano. La quota italiana in Russia è doppia rispetto al dato medio.

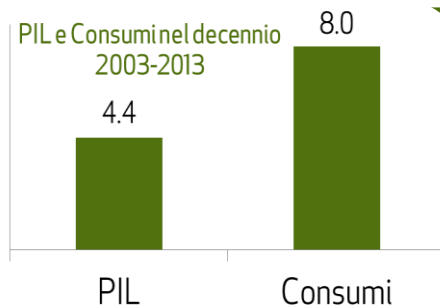
nuovi ricchi e popolazione complessiva in Russia | milioni di individui



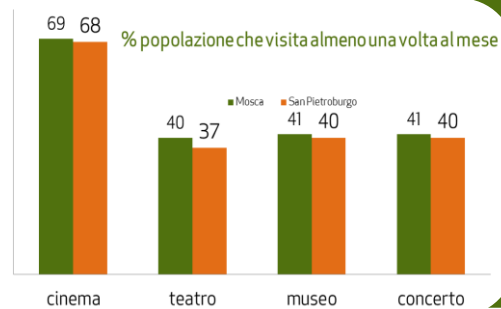
i cittadini benestanti in Russia | distribuzione percentuale



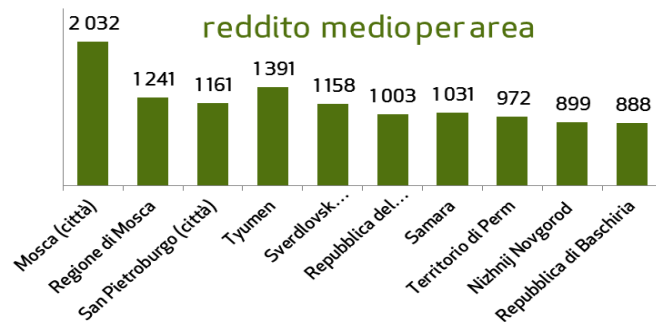
focus Russia | i sei passi per la tana dell'orso (1/2)



1°. conoscere le forze che alimentano i consumi

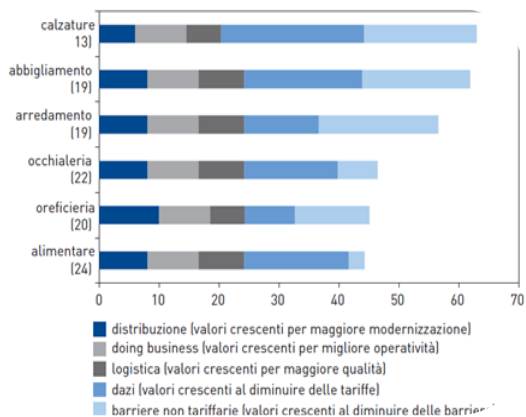


2°. conoscere i consumatori

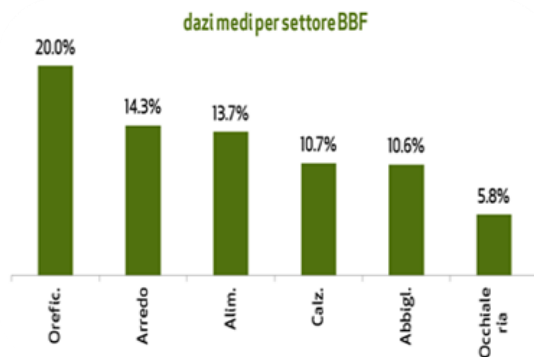


3°. scegliere le aree strategiche

focus Russia | i sei passi per la tana dell'orso (2/2)



4°. valutare accessibilità



5°. valutare le barriere commerciali

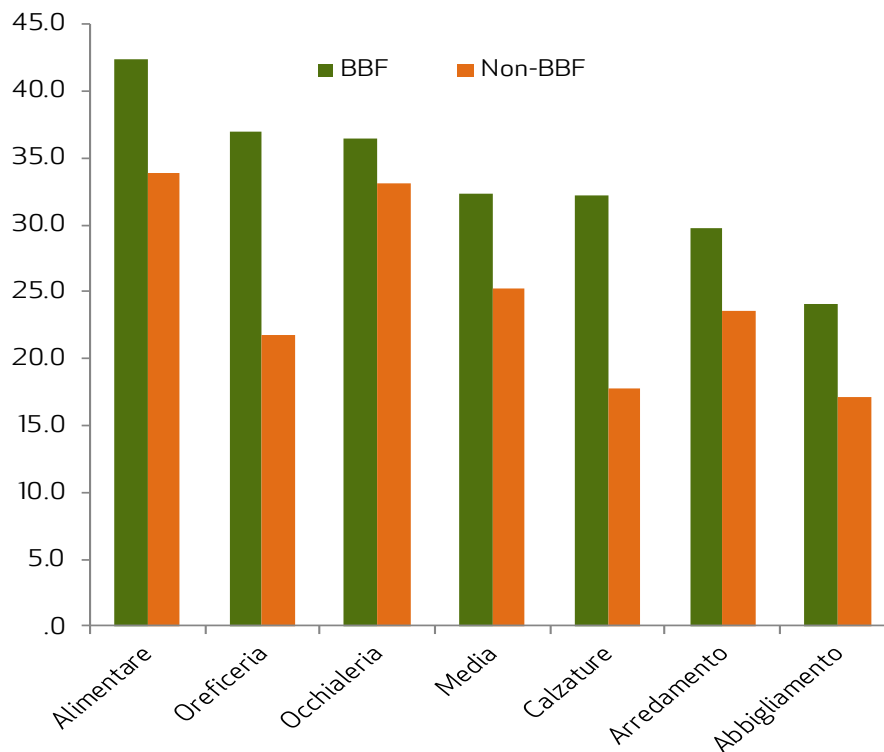


6°. analizzare la distribuzione

strategie delle imprese | in Italia oltre 14 mila imprese BBF

la collaborazione con l'Istat permette di individuare oltre 14 mila imprese che esportano prevalentemente prodotti del BBF italiano. Le imprese BBF hanno avuto una performance migliore delle imprese non-BBF degli stessi settori.

imprese in crescita sul totale nel periodo 2011-'13 | confronto BBF e non BBF per settore di riferimento



fonte: elaborazioni ISTAT

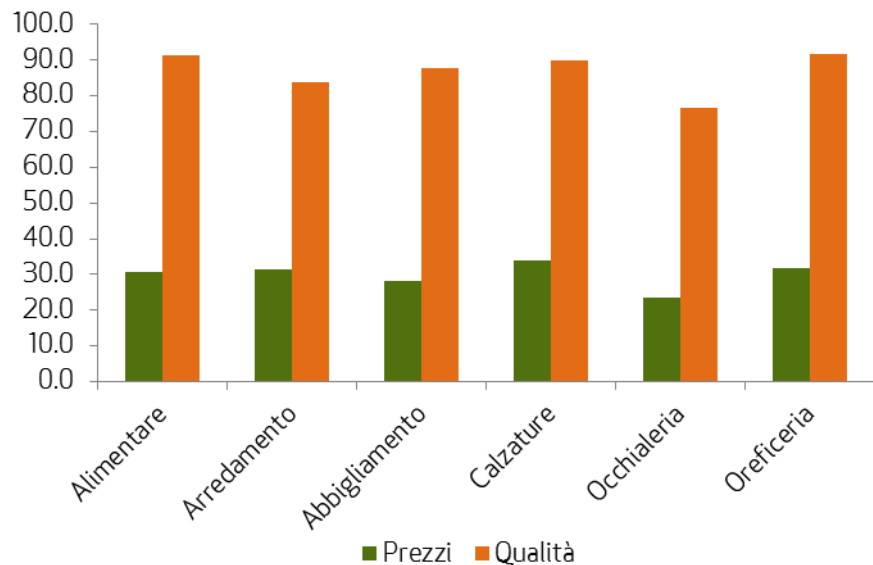
strategie delle imprese | le imprese del BBF focalizzate sull'innovazione

	Almeno un'innovazione	Innovazione di prodotto	Innovazione di processo	Innovazioni organizzative	Innovazioni di marketing
Alimentare	80,8	57,7	59,0	44,8	56,2
Arredamento	78,5	64,2	45,0	40,9	52,2
Abbigliamento	71,6	47,5	38,4	40,5	41,9
Calzature	66,1	44,2	32,5	36,2	35,8
Occhialeria	66,7	53,3	53,3	36,7	20,0
Oreficeria	81,1	54,7	46,6	39,9	43,9
<i>Totale BBF</i>	<i>75,9</i>	<i>54,7</i>	<i>46,4</i>	<i>41,4</i>	<i>48,1</i>
Totale non-BBF	74,1	52,1	49,6	40,5	39,5

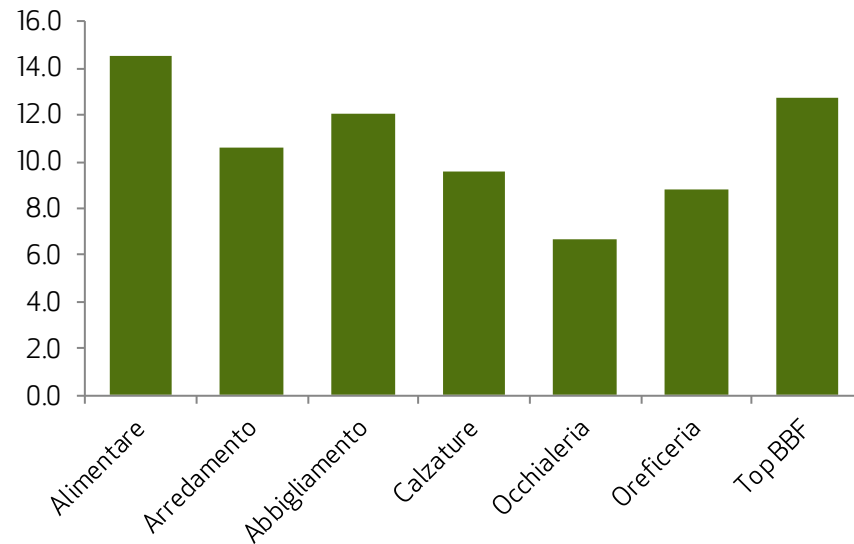
fonte: elaborazioni su 9° censimento dell'industria e dei servizi

strategie delle imprese | il BBF sceglie la qualità, ma il presidio del mercato diventa fondamentale

leve competitive | % risposte positive



distribuzione | % risposte positive nell'analisi delle leve competitive utilizzate



fonte: elaborazioni su 9° censimento dell'industria e dei servizi



*non puoi farti un'idea di che cosa è
realmente la bellezza se non visiti
almeno una volta l'Italia.*

Johannes Brahms, Roma 1881